

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА**

Направление подготовки/специальность: 43.03.02 Туризм

Направленность/специализация:

Туроперейтинг и онлайн технологии в туризме

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома  
2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утвержденным приказом от 8 июня 2017 г. №516 по направлению подготовки 43.03.02, Туризм. Уровень высшего образования бакалавриат.

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 43.03.02, Туризм – *Туроперейтинг и онлайн технологии в туризме*. Год начала подготовки - 2021.

Разработал: Васильева М.А., ст. преподаватель кафедры медиакоммуникаций и туризма

Рецензент: Сахарова Е.Е. Генеральный директор ООО «Артикул Тур»

**ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:**

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры №7 от 29.04.2021г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

 \_\_\_\_\_ Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

подпись

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

\_\_\_\_\_ Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

подпись

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

\_\_\_\_\_ Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

подпись

## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Цель дисциплины: освоить технику продаж в сфере сервиса, а также в туристской индустрии.

Задачи дисциплины: ознакомление с современными технологиями персональных и оптовых продаж на рынке услуг; изучение системы управления продажами; освоение технологии работы с возражениями; освоение процесса обслуживания потребителей услуг.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции: ПК-8– способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий.

Знать:

- основные принципы построения и разработки коммуникационной кампании и разных мероприятий в области PR и туризма;
- основные виды рекламы в туризме;
- виды и типы фирменной рекламы;
- законодательное и общественное регулирование рекламы в туризме;
- особенности PR в различных областях человеческой деятельности, в том числе в сфере сервиса;
- специфику различных СМИ.

Уметь:

- организовывать коммуникационные кампании для продвижения туристических услуг, продвижения сервиса;
- изучать и оценивать рекламу в туризме; организовывать конкурентоспособную рекламу с применением передовых технологий.

Владеть:

- основами разработки рекламного продукта;
- навыками планирования рекламных и PR кампаний.

## **3. Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемого участниками образовательных отношений и является дисциплиной по выбору. Изучается в 5 семестре(ах) обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: технология туристской деятельности.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: организация туроперейтинга, подготовка и сдача государственного экзамена, выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

## **4. Объем дисциплины**

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах		3	
Общая трудоемкость в часах		108	
Аудиторные занятия в часах, в том числе:		32	
Лекции		16	
Практические занятия		16	
Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа в часах		75,75	
ИКР		0,25	
Форма промежуточной аттестации		зачет	

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции		16	
Практические занятия		16	
Лабораторные занятия			
Консультации			
Зачет/зачеты		0,25	
Экзамен/экзамены			
Курсовые работы			
Курсовые проекты			
<b>Всего</b>		32,25	

### 5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

#### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е./час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс		4	4		18
2	Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.		4	4		18
3	Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг		4	4		18
4	Офисная технология - как основа технологии		4	4		18

	продаж					
	Подготовка к зачету					3,75
	Зачет					
	Итого:	108	16	16		75,75

## 5.2. Содержание:

### 1. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс

#### 1.1. Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей.

Определение понятия продаж. Типы и виды продаж; активные и пассивные; прямые и непрямые; личные и безличные; B2B и B2C продажи; конвеерные, двухактовые, коробочные и другие продажи. Отличительные характеристики продажи товаров и услуг. Реализация услуг туристской индустрии. Этапы совершения покупки. Создание инструментов диагностики потребности потребителей туристских услуг. Мотивация покупок. Воронка продаж. Психологические модели потребительских мотиваций. Функции участников каналов распределения. Управление потоками услуг-контрагентов. Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг Существующие способы ведения продаж. Классическая и коучинговая модели. Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг

### 2. Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.

#### 2.1. Этапы презентации товаров и услуг

Свойства товара. Превращение свойства товара в выгоду покупателя. Особенности этапов продажи.

Продажи товара и услуг на российских и международных выставках. Особенности интернет-продаж, он-лайн бронирование. Ведение телефонных переговоров при продажах.

### 3. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг

#### 3.1. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов.

Переговорный процесс. Публичная оферта. Составление договоров. Рассылка прайс-листов.

3.2. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг, определение понятия. Особенности франшизы услуг. Сложные технологии и длительные затраты при франшизах. Рынок франчайзинга в туризме.

### 4. Офисная технология - как основа технологии продаж

4.1. Основы психотехнологии продаж услуг в туристской индустрии. Организация каналов сбыта. Офисы турагентов. Основные психотехники продаж в туризме. Виды и типы клиентов. Офисная технология как основа технологии продаж услуг туристской индустрии. Законодательное и нормативно-правовое регулирование в организации продаж. Подготовка к

продажам. Этапы совершения покупки. Требования к информационному обеспечению туристского продукта (услуги). Пробуждение интересов потенциальных клиентов. Договор между туристом и туристской фирмой.

#### 4.2. Технологическая документация сопровождения продаж.

Функция оплаты туристского продукта (услуги) и функция послепродажного сопровождения услуги. Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг.

## 6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

### 6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс	Подготовить ответы на вопросы: 1.Какие типы и виды продаж вы знаете? 2.Что такое продажи B2B и B2C. Привести примеры. 3.Отличие продаж товаров и услуг. Привести примеры	18	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Опрос
2.	Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.	Подготовить кейс и прописать телефонный разговор с клиентами при продаже тур. услуг	18	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Выступление с презентацией
3.	Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг	1.Что такое франчайзинг? 2.На чем основаны торговые взаимоотношения между туроператором и турагентом? 3.Сетевые структуры в	18	Изучить материалы лекции и литературу по теме. И подготовиться к контрольной работе.	Контрольная работа

		туризме. Описать.			
4.	Офисная технология - как основа технологии продаж	Подготовить ответы по теме: 1. Каналы сбыта в туризме 2. Опишите офис турагента 3. Опишите процесс обслуживания клиента в офисе турагента 4. Перечислите нормативные документы регулирующие продажи в туризме 5. Охарактеризуйте технологическую документацию по сопровождению продаж	18	Изучить материалы лекции и литературу по теме.	Опрос
5	Подготовка к зачету		3,75	Изучить материалы лекции и литературу по теме	зачет

## 6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Деловая игра на тему: «Трехэтапная презентация товара»
2. Задание. Описать алгоритм обслуживания клиента в офисе турагента
3. Творческое задание.: Составить сценарий продажи любого товара или услуги
4. Задание. Охарактеризовать туристский продукт и уровни услуг продукта
5. Задание. Составить пример турпродукта на тему «Путешествие в Крым»
6. Деловая (ролевая) игра «Четыре стены»
7. Кейс-Задание. Работа отельного гида по продаже экскурсий
8. Задание. Телефонные переговоры с клиентами фирмы. Описание ситуации.
9. Задание. Подготовить «Холодный звонок в турагентство»

## 7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

*а) основная:*

1	<p>Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / В.М. Пищулов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/24346">www.dx.doi.org/10.12737/24346</a>. <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=765602">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=765602</a></p>	
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

2	Менеджмент в туристской индустрии: Учебник / Баумгартен Л.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16 (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-9558-0480-4 <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=536346">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=536346</a>	
3	Коноплев, Сергей Петрович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / Коноплев Сергей Петрович, В. С. Коноплева. - Москва : Инфра-М, 2010. - 304 с.: рис. - (Высш. образование). - УМО. - ОПД. - осн. - ISBN 978-5-16-003407-2 : 270.12. 25	25
4	Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 277, [2] с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 199.00. 9 Допущено УМО России	9

*б) дополнительная:*

1	Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / В.М. Пищулов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/24346">www.dx.doi.org/10.12737/24346</a> . <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=765602">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=765602</a>	
2	Менеджмент в туристской индустрии: Учебник / Баумгартен Л.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16 (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-9558-0480-4 <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=536346">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=536346</a>	
3	Коноплев, Сергей Петрович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / Коноплев Сергей Петрович, В. С. Коноплева. - Москва : Инфра-М, 2010. - 304 с.: рис. - (Высш. образование). - УМО. - ОПД. - осн. - ISBN 978-5-16-003407-2 : 270.12. 25	25
4	Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 277, [2] с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 199.00. 9 Допущено УМО России	9

## 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Предполагается создание учебного курса в системе СДО со следующими элементами:

- Элемент «Лекции»;
- Элемент «Практические занятия»;
- «Элемент «Самостоятельная работа»;
- Элемент «Список рекомендуемой литературы»;
- Элемент «Промежуточная аттестация»;
- Элемент «Обратная связь с обучающимися».

### *Информационно-образовательные ресурсы:*

#### 1. Официальный портал «Ростуризм»

1.1. Сведения о туроператорах, содержащиеся в едином федеральном реестре туроператоров [Электронный ресурс] // Внутренний туризм. – Режим доступа : [http://www.turizm.ru/tourism\\_low/firms\\_reestr/6581](http://www.turizm.ru/tourism_low/firms_reestr/6581).

#### 2. Справочная система «Консультант Плюс»

2.2. Распоряжение Правительства РФ от 17. 11. 2008 г. N 1662-р (ред. от 08. 08. 2009г.) О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_90601/?frame=1#p28](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90601/?frame=1#p28)

2.3. Постановление Правительства РФ от 02. 08. 2011г. N 644 (ред. от 18. 02. 2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_159508/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159508/)

2.4.Федеральный закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 4.10. 1996 г. –№ 132: в ред. Федерального закона от 03.05.2012 г. № 47-ФЗ. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс – Режим доступа: <http://www.base.consultant.ru>

2.4. Об утверждении государственной программы «Развитие культуры и туризма Костромской области на 2014-2020 годы» (с изменениями на 30 октября 2017 года). [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации– Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/460290926>

3. ГОСТ Р 50644 – 2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. [Электронный ресурс] // Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>

4. ГОСТ Р 50681 – 2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. [Электронный ресурс]// Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>

5. ГОСТ Р 54604 – 2011.Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. [Электронный ресурс] // Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/120008321>

7. Тонкости туризма. [Электронный ресурс]//Тонкости туризма – Режим доступа: <https://tonkosti.ru/>

8.Туризм. [Электронный ресурс]//Туризм – Режим доступа: <http://www.turizm.ru/>

9.Турдом. [Электронный ресурс]//Турдом –Режим доступа: <https://www.tourdom.ru/>

10. Персональный гид туризма. [Электронный ресурс]//Персональный гид туризма? –Режим доступа: <https://www.personalguide.ru/>

11.Туринфо. [Электронный ресурс]//Туринфо – Режим доступа: <http://tourinfo.ru/>

12. Электронный помощник турагента. Тонкости продаж. [Электронный ресурс]//Тонкости.ру – Режим доступа: <https://pro.tonkosti.ru/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека online».
2. ЭБС «Znanium».

## 9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебный корпус «В 1.», ауд. №34 (аудитория для лекционных и практических	Число посадочных мест - 46. Доска меловая. Имеется мультимедиа-проектор и экран.	-

занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)		
-------------------------------------------------------------------------------------	--	--